

株式会社三越伊勢丹プロパティ・デザイン 事業説明会

2023年3月6日

株式会社三越伊勢丹プロパティ・デザイン

本日は株式会社三越伊勢丹プロパティ・デザインの事業説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

事業説明会の開催は、本日で3回目となります。これまでは、個人外商事業や伊勢丹新宿本店についてと、百貨店事業において好調な事業についてお伝えさせていただきました。今回は不動産事業として株式会社三越伊勢丹プロパティ・デザインを取り上げます。グループ各社はこれまで長らく、百貨店事業の補完的な位置づけとなっていて、グループ内でのシナジー効果や、成長戦略を描きにくい建付けとなっていました。しかし現在推進中の中長期計画の中では、連邦戦略としてその特徴を十分に生かし、百貨店改革で培った顧客層も活用しながら、拡大する計画を進めています。

本日はその取組を皆さまに知っていただき、事業成長のための意見交換をさせていただきたい、という思いから、当社で初めてとなる事業のご紹介をさせていただきます。

目次

1. 当社の概要

- 三越伊勢丹プロパティ・デザインの目指す姿（ビジョン）
- 会社概要
- 事業内容
- 組織図
- 沿革
- 業績推移

- 建装事業
- PM事業
- 住環境事業
- 三越製作所

2. 当社の方向性

- IMPDを取巻く環境
- 当社の強み
- 目指す方向性
- まち化でのビジネスイメージ

本日は当社の概要と方向性について、ご説明いたします。

1. 当社の概要

まずは当社の概要でございます。

三越伊勢丹プロパティ・デザインの目指す姿（ビジョン）

三越伊勢丹グループの目指す姿

お客さまの暮らしを豊かにする、
“特別な”百貨店を中核とした小売グループ
～日本の誇り、世界への発信力を持ち、高感度上質消費において最も支持される～

三越伊勢丹プロパティ・デザインの目指す姿

「伝統」と「革新」の力をもって、
我々にしかできない「最上級の環境」の提案を目指すことで、
世界中のお客様の生活を豊かにする。

三越伊勢丹グループの目指す姿をもとに、三越伊勢丹プロパティ・デザインの目指す姿を『「伝統」と「革新」の力をもって、我々にしかできない「最上級の環境」の提案を目指すことで、世界中のお客様の生活を豊かにする。』と定めています。

会社概要

商号	株式会社三越伊勢丹プロパティ・デザイン
代表者	手塚 鉄治
設立	1953年5月
資本金	40百万円
株主	株式会社三越伊勢丹ホールディングス
所在地	東京都新宿区西新宿3-2-5
拠点	東京 大阪 福岡 名古屋 札幌 新潟
従業員数	301名 ※2022年4月時点

会社概要について、お伝えしたい内容は2点です。
事業拠点が東京、大阪、福岡、名古屋、札幌、新潟と、当社の百貨店があるところを軸に事業を進めています。従業員数は301人です。

事業内容

三越伊勢丹プロパティ・デザイン (IMPD)

建装事業

ゼネコン・ディベロッパー・事業会社をクライアントに持ち、ホテル、オフィス、商業施設等の内装工事を行う事業



PM事業（プロジェクト マネジメント事業）

三越伊勢丹のリモデル業務や、建築プロジェクト全体のマネジメントを担う事業



住環境事業

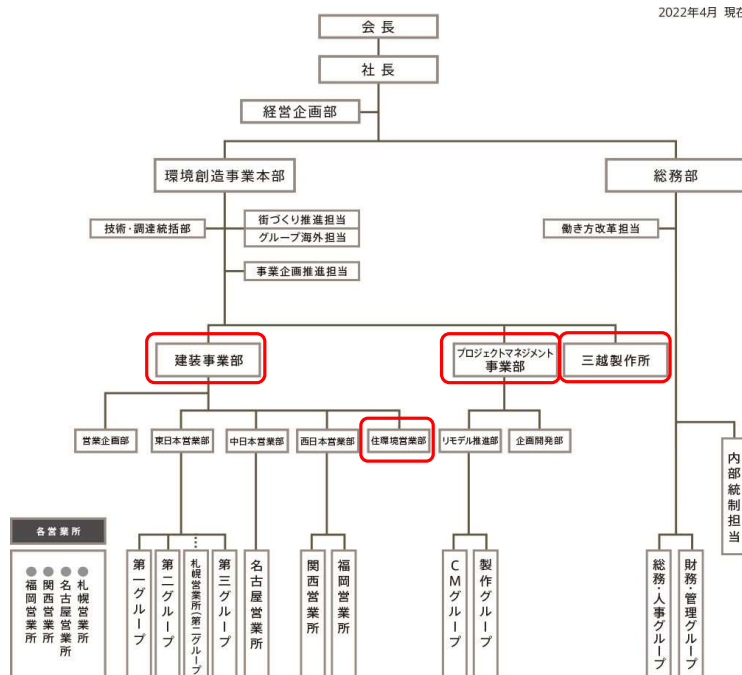
三越伊勢丹の外商顧客を主な顧客とし、リフォーム・新築を手掛ける事業



事業内容については、建装事業、PM事業、住環境事業の3つを展開しています。
この後、それぞれ説明させていただきます。

組織図

2022年4月 現在



こちらは組織図です。当社は環境創造事業本部と総務部の2つ大きな枠ぐくりとなっています。環境創造事業本部の下に建装事業部とプロジェクトマネジメント事業部があり、住環境事業部は建装事業の中に属しています。また、東京都大田区東六郷に家具の自社工場である三越製作所を保有しています。

沿革

暦年	建装・デザインの沿革	暦年	コンストラクションマネジメントの沿革
1904	(株)三越呉服店設立		
1910	丸の内に三越製作所の前身・家具加工部創設		
1927	大田区蒲田に総合工場を新築		
1944	(株)三越製作所設立		
1946	焼失した本工場修築完成		
1977	<家具装飾部>から<建装部>へ建装名称を最初に使用	1947	立川店（売店）開店
		1971	吉祥寺店開店
		1972	海外第1号店、シンガポール伊勢丹・ハウロック店開店
		1974	松戸店開店
		1980	伊勢丹新宿本店第一次再開発
		1981	浦和店開店
		1984	新潟伊勢丹開店
1985	三越製作所本社、六郷工場新築完成	1990	相模原店開店
2002	(株)三越環境サービス設立 ((株)三越総合ビル管理と(株)三越製作所が統合)	1996	府中店開店
2006	(株)三越環境デザイン設立 ((株)三越 建装営業部と(株)三越環境サービスが統合)	2001	立川店移転オープン
2014.4	(株)三越伊勢丹プロパティ・デザインに商号を変更 商業不動産事業の強化に向けたグループ内組織再編		
2014.9	(株)三越環境デザインを組織統合		
2019.4	ビルマネジメント事業を株式会社三越伊勢丹アイムファシリティーズへ事業承継		
2021.4	商業施設事業を株式会社三越伊勢丹へ事業承継		

沿革についてです。1904年に三越呉服店が設立され、1910年に丸の内に三越製作所の前身である家具加工部ができ、これが日本で初めての洋家具の工場となります。その後、関東大震災や戦争による移転を経て、現在の東京都大田区東六郷に構えています。起源としては1910年から洋家具を作り始めているとご理解いただければと思います。

右側がコンストラクションマネジメントに関する沿革です。これは主に、伊勢丹の百貨店の店づくりをするにあたって、コンストラクションのマネジメントをしてきました。

2014年に統合し、三越伊勢丹プロパティ・デザインという商号に変更し、商業不動産事業も合わせたかたちとなりました。その後、株式会社三越伊勢丹アイム・ファシリティーズにビルマネジメント事業を移管、株式会社三越伊勢丹にリーシング等の商業施設事業を移管し、2021年度からは建装事業・PM事業・住環境事業としております。

業績推移

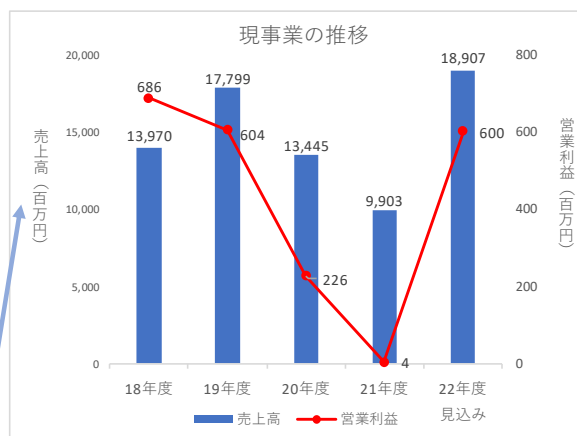
1. 全社業績

<企業計の推移> 19年4月にビルマネジメント事業、20年4月に商業施設事業を分離

(百万円・%)	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
	実績	実績	実績	実績	見込
売上高	33,160	23,574	17,591	9,903	18,907
営業利益	625	547	△ 385	4	600
当期純利益	△ 328	674	△ 632	350	231
純資産額	2,675	3,349	2,429	2,098	-
自己資本比率	24.0%	21.7%	28.7%	37.7%	-

<現事業の推移> ※建装事業・PM事業・住環境事業のみ

売上高 (百万円)	13,970	17,799	13,445	9,903	18,907
営業利益 (百万円)	686	604	226	4	600



業績の推移についてです。三越伊勢丹プロパティ・デザインはさきほどのように事業の移管等がありましたので、下のグラフに既存事業だけを抜き出しております。営業利益ベースで2018年度に6億8,600万円、2019年度に6億400万円、2020年度はコロナの影響で2億2,600万円と落としました。2021年度は大変厳しく400万円。今年度見込みは、コロナ前水準の6億円を目指しております。

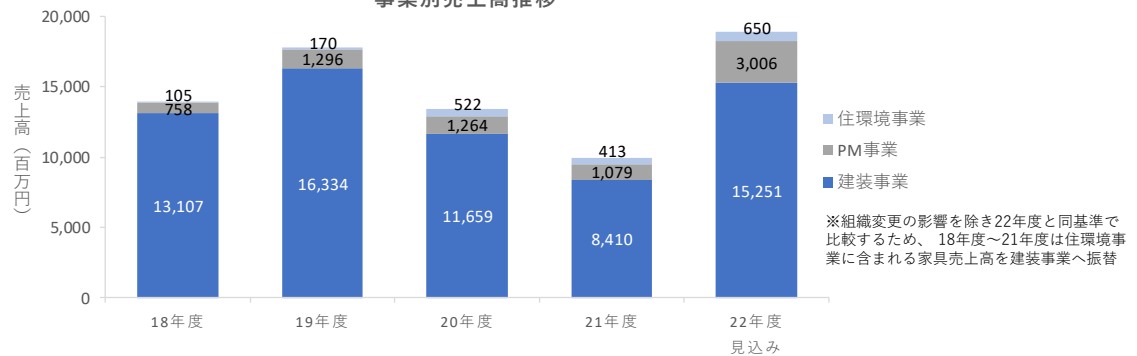
業績推移

2. 事業別売上

単位：百万円

売上高	2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度 見込	
	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア
建装事業	13,107	93.8%	16,334	91.8%	11,659	86.7%	8,410	84.9%	15,251	80.7%
PM事業	758	5.4%	1,296	7.3%	1,264	9.4%	1,079	10.9%	3,006	15.9%
住環境事業	105	0.8%	170	1.0%	522	3.9%	413	4.2%	650	3.4%
合計	13,970	100.0%	17,799	100.0%	13,445	100.0%	9,903	100.0%	18,907	100.0%

事業別売上高推移



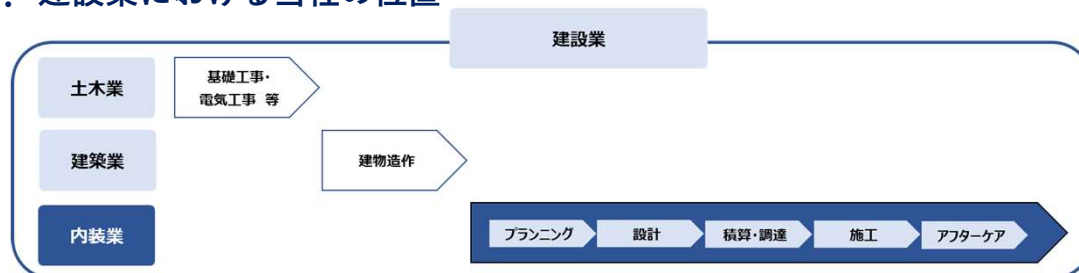
事業別のシェアでお伝えすると、主に建装事業が占めています。PM事業・住環境事業についてもシェアを高めていこうということで、今年度から力を入れています。

建装事業

建装＝建築＋装飾

当社はゼネコン・ディベロッパー・事業会社を顧客に持ち、ホテル、オフィス、商業施設等の内装を手掛けています。

1. 建設業における当社の位置



2. 当社の特色

プランニングからデザイン・設計、施工、三越製作所の家具製作まで、トータルな付加価値をクライアントに提供します。

五つ星ホテル等、高グレード・高付加価値案件を得意としています。

建装事業についてです。

まず、建装という言葉ですが、三越が建築と装飾を合わせて作った言葉です。主にはゼネコン、ディベロッパー、事業会社を顧客に持ち、ホテル、オフィス、商業施設等の内装を手掛けています。したがって、百貨店店内の仕事のシェアは15%ほどで、85%が百貨店以外の仕事をしています。

建設業における当社の位置づけですが、建設の中には土木や建物造作や外壁建築のようなものもありますが、当社は内装を主軸にしています。

特色としては、百貨店をプランニングしているということもあり、プランニングからデザイン・設計、施工と三越製作所という自社工場を持っているので、トータルな付加価値をクライアントに提供できることが挙げられます。こういった取組により、5つ星のホテルや高グレードなオフィスなど、高付加価値案件にご用命をいただいています。

建装事業 主な施工実績

ホテル

アンダーズ東京 Ace Hotel 京都 パレスホテル
The OkuraTokyo パークハイアット京都
パークハイアットニセコ HANAZONO
HOTEL THE MITSUI KYOTO
横浜ロイヤルパークホテル 芝パークホテル

オフィス

Wolt 三井物産 メットライフ生命
SMBC日興証券 農林中央金庫
EYJapan 西村あさひ法律事務所
JPモルガン証券 野村総合研究所

商業施設

ルイヴィトン三越日本橋本店 エルメス伊勢丹新宿本店
ティファニー銀座本店 カルティエ三越日本橋本店
モンクレール伊勢丹浦和店
東京国際空港国際線旅客ターミナル

実績をご紹介しますと、ファイブスターホテルが多いです。オフィスも、以前は役員室や役員会議室が多かったですが、最近はエントランスやオフィス内のカフェなど、働き方をよくしていくための内装工事を請け負うことが増えています。商業施設はラグジュアリーブランドが多いです。

建装事業 主な施工実績

主な施工実績は、当社ホームページをご参照ください。
<https://www.impd.co.jp/achivement.html>

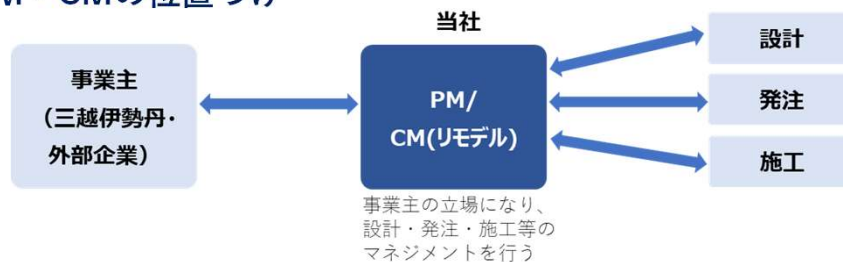


建装事業の主な実績はこちらをご覧ください。

PM事業（プロジェクトマネジメント事業）

当社は三越伊勢丹のリモデルのコンストラクションマネジメントを担っています。

1. PM・CMの位置づけ



➤PM(プロジェクトマネジメント)

建物の発案から完成、開業後の運用まで、建築プロジェクト全体を通したコストやスケジュール、クオリティ、法令遵守についての管理を行う業務のこと。

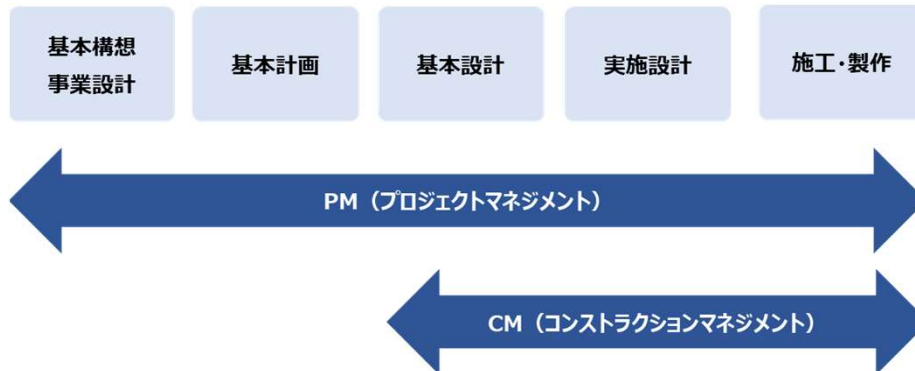
➤CM(コンストラクションマネジメント)

建設プロジェクトを成功に導くため、専門性の高いコンストラクション・マネジャーが技術的な中立性を保ちつつ、発注者の立場に立ってそのプロジェクトのマネジメントを行うこと。

PM事業は、プロジェクト全体をマネジメントしていく事業で、今後、外部に向けて拡大予定です。今は百貨店の仕事が多いです。事業主の立場に立って、設計・発注・施工等のマネジメントを行います。なお、プロパティマネジメントというのは、ビルが完成した後にビルの運営をすることを指し、プロジェクトマネジメントというのは、あくまで竣工するまでのコンストラクションの調整を指すものです。

PM事業（プロジェクトマネジメント事業）

2. PM・CMの工程



3. 当社の特色

百貨店リモデルで培った、環境の考え方や導線計画など高度な店づくりを強みとしています。

PMというのは、一番初めに基本構想・事業設計が出て、最後の竣工にいたるまで、ずっとマネジメントをするものですが、コンストラクションマネジメントというのは、計画が出た後のものづくりをマネジメントしていくものです。百貨店内部でお話すると、百貨店側の企画部門がこういった売場にしていくのかを考え、それが出た後に、設計し施工するというところのマネジメントを担当しています。

PM事業 主な施工実績 三越日本橋本店



こちらは三越日本橋本店の内装になりますが、隈研吾さんがデザインされたものです。一般的な建物ですと、天井からスプリンクラーが出たり、空調口が出たりと、このデザインを邪魔するような機能的なものが出てきますが、デザインを生かしながら、どのように天井内に埋め込むか、かつ法令を遵守し作っていくのかというのがコンストラクションマネジメントです。

PM事業 主な施工実績 伊勢丹新宿本店

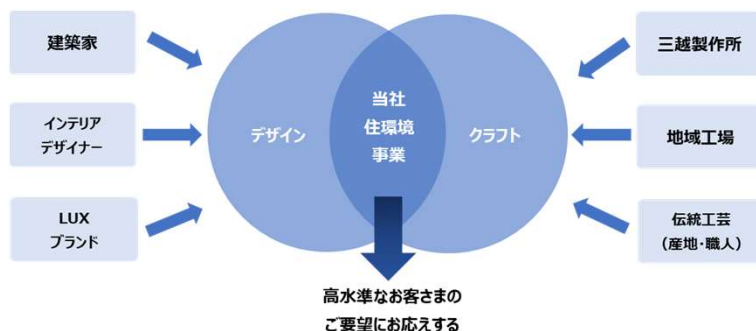


こちらは伊勢丹新宿本店です。こちらは森田恭通さんと丹下事務所さんとのコラボレーションでデザインいただいたものですが、これだけのものを天井から吊るとなると、天井内の構造や吊っているものがスプリンクラー障害になるのではないかといった法的な与件をクリアしながら、このデザインを実現していくというコンストラクションマネジメントでした。

住環境事業

三越伊勢丹の外商顧客を主な顧客とし、リフォーム・新築を手掛けています。

当社の特色



著名な建築家やデザイナーなどクリエイティブパートナーの高いデザイン力と技術力を融合させ、他社では対応が難しいお客さまのご要望に高いレベルでお応えします。

続いて住環境事業です。住環境事業については、リフォーム会社などが世の中にありますが、当社の特色は、百貨店やファイブスターホテルを手掛けたことでお付き合いのあるデザイナーや建築家との協業などによるデザイン性と三越製作所という品質にこだわる工場を持っていること、鋳物や漆といった素材を百貨店を通して手配できるので、こだわりのある住宅を手掛けることができます。

住環境事業 主な施工実績

主な施工実績は、当社ホームページをご参照ください。
<https://www.impd.co.jp/achivement.html>



住環境事業の主な実績はこちらをご覧ください。

三越製作所



事業ではないですが、三越製作所の説明です。東京都大田区東六郷にあります。

三越製作所 主な製作実績



1927年 徳川公爵邸第四客室絵図面



1968年 新宮殿 松の間玉座



2019年 高御座 御帳台



1930年 旧国会議事堂



1974年 最高裁判所



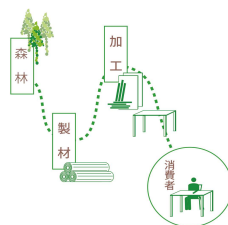
1948年 最高裁判所



工場の実績です。左上が徳川公爵邸のチェストです。日本がまだまだ和家具しか作っていなかった時代に、研修生をロンドンやニューヨークに派遣して、工作機械ごと輸入して、製作を始めたのが1910年です。そこから、国会議事堂や最高裁判所、玉座（天皇陛下が総理大臣任命時などに使用する椅子）といったものの製作を請け負いました。右は即位の礼で使う高御座と御帳台所です。こちらも当社で修繕をやらせていただきました。

三越製作所 サステナビリティへの取り組み

森林認証FSC®-CoC認証及びPEFC-CoC認証を取得しています



Topo : design by 隈研吾

伊勢丹新宿本店 ザ・ラウンジ

クリーンウッド法の登録事業者です

我が国または原産国の法令に適合されて伐採された木材を積極的に使用することで環境保全活動を推進し、持続可能な森林経営に貢献いたします。そして、今後ますます認証材の調達から製造工場までサステナブルな生産体制を構築し、次世代へ受け継ぐものづくりの価値を社会へ伝えて参ります。

登録番号 JTCCM CLW II19002
登録日 2019年8月1日

サステナビリティの取り組みも、ものづくりにおいては大切だということで、世界的なFSCとPEFCという森林認証において、加工に関わるCoC認証というものを取得しています。これは森林から伐採して運ぶ物流会社、当社のような加工会社・工場、それを納品する物流会社のすべてがCoC認証を取得していないとFSC認証を取得できないものです。どこかで変な材料が混ざっていないかなど、トレーサビリティもしっかりと取り組んでいます。

また、日本基準のもので、クリーンウッド法の登録事業者にもなっています。

三越製作所 動画

【SDGs100年後もつかえる家具を。三越製作所】
<https://www.youtube.com/watch?v=8kgAoplgLWU>



三越製作所について、こちらの動画をご覧ください。

三越製作所 動画

nendo × 三越製作所
MITSUKOSHI SEISAKUSHO

佐藤オオキ氏が率いるデザインオフィス nendo が、京都の伝統工芸を担う職人や工房とコラボレーションした7点の作品を、二条城・二の丸御殿台所および御清所にて展示する「NENDO SEES KYOTO」。

作品の一つ「ishidansu」の制作に、三越製作所が全面的に協力させていただきました。

江戸宝暦年間から250年以上に渡り京都にて作庭を手がけてきた「御庭植治」。

代々当主が小川治兵衛の名跡を継いでいます。今回は、その次期十二代となる小川勝章氏の選定された石を、庭園の魅力を屋外空間に限定することなく、屋内に取り入れるというテーマのもと、「石」と「木」、相反する素材を一体化させ、そこに家具としての機能を納めたたぐいまれなる作品が完成いたしました。三越製作所の職人の技術を是非ご覧ください。

※2022年2月13日にて展示終了

【NENDO SEES KYOTO full ver.】
<https://www.youtube.com/watch?v=UBWuSFVUT0E>



クリエーションの部分についてもお話させてください。佐藤オオキさんが率いるデザインオフィスである「nendo」が発案した「ishidansu」というものを手がけました。これは京都の庭師である小川勝章さんが選んだ庭園に置く石をたんすにするというプロジェクトで、彫刻を駆使しながら、石と木材を一体に見せ、引き出しをつけるというものです。新しいクリエイターと組んで、当社が培ってきた伝統を革新に変えていくということを、やはり工場を持っているので、そこで発信していきたいということで、このような案件にも力を入れていきたいです。

2. 当社の方向性

今後の方向性でございます。

IMPDを取巻く環境

1. 外部環境

(1) 建装マーケットの見通し

① 建設マーケットの拡大

- 建設市場全体や当社の主力マーケットである「民間非住宅投資（建築）」「民間建築補修投資（住宅）」は緩やかに拡大が見込まれます。

		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030年度	2031年度	2032年度	2033年度	2034年度	2035年度
名 目 値	建設投資額	65.4	63.4	61.9	62.9	64.4	66.0	67.3	66.9	67.0	67.1	67.2	67.5	67.6	67.8	67.8	68.0	67.7
	①民間非住宅建設投資																	
	建築	11.7	11.1	10.7	10.8	11.6	12.6	13.3	12.8	12.9	12.9	12.9	13.0	13.0	13.1	13.1	13.2	13.2
	土木	5.8	5.7	5.7	5.9	6.0	6.1	6.2	6.3	6.5	6.6	6.7	6.9	7.0	7.1	7.3	7.4	7.6
	②民間住宅投資	16.3	15.1	14.5	15.0	15.2	15.5	15.7	15.5	15.3	15.2	15.1	15.1	14.8	14.6	14.3	14.2	13.6
	③民間建築補修投資																	
	住宅	2.3	1.9	1.9	2.1	2.2	2.4	2.5	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.7	2.8	2.8
	非住宅	4.4	3.6	3.7	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	5.0	5.1	5.2
	④政府建設投資	24.9	25.9	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4	25.4
	⑤維持修繕																	
	民間住宅	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	民間非住宅	1.3	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8
	民間土木	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2
	住宅市場計	19.1	17.5	16.9	17.5	18.0	18.3	18.7	18.6	18.5	18.3	18.2	18.2	18.0	17.9	17.6	17.5	17.0
	非住宅市場計	24.0	22.5	22.1	22.6	23.7	24.9	25.9	25.7	26.0	26.3	26.6	27.0	27.3	27.7	28.1	28.5	28.9
	建設市場計	68.0	65.8	64.4	65.5	67.0	68.6	70.0	69.7	69.8	70.0	70.2	70.5	70.7	71.0	71.1	71.4	71.3

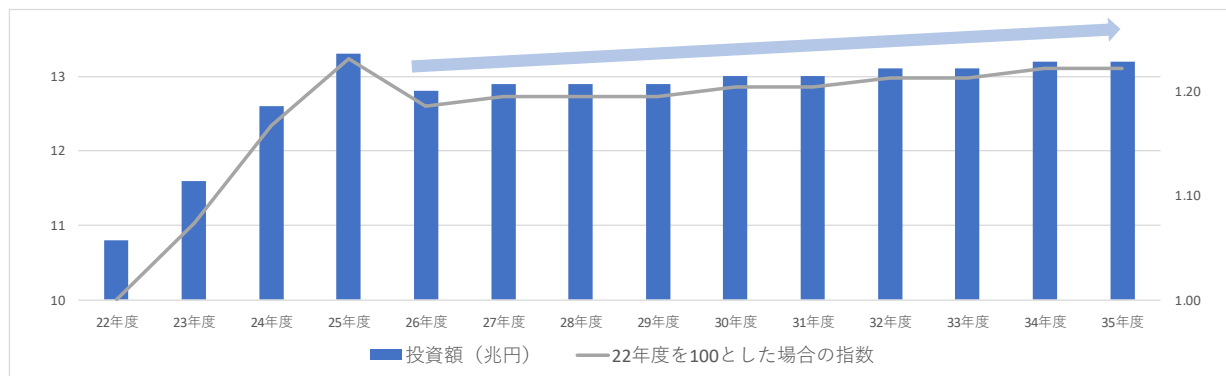
出所：一般財団法人建設経済研究所「NO.73 建設経済レポート（2021年3月）P57」

まず、事業環境ですが、民間非住宅投資と住宅修繕投資について、赤字で上から2つ囲っています。次ページで詳しく説明いたします。

IMPDを取巻く環境

民間非住宅建設投資（建築）の見通し

	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
投資額（兆円）	10.8	11.6	12.6	13.3	12.8	12.9	12.9	12.9	13	13	13.1	13.1	13.2	13.2
22年度を100とした場合の指数	1.00	1.07	1.17	1.23	1.19	1.19	1.19	1.19	1.20	1.20	1.21	1.21	1.22	1.22



出所：一般財団法人建設経済研究所「NO.73 建設経済レポート（2021年3月）P57」を元に当社作成

建設投資は22年度に10.8兆円であったものが、25年度に13.3兆円の規模になります。26年度に一度へこみますが、ここから35年度に向けて建設投資の増加が見込まれています。これは建設経済レポートを元にしてはいますが、こういった環境下において、どのように当社の付加価値を市場に出していくかというのが当社の目指す方向です。

IMPDを取巻く環境

② 国内主要都市の建設案件の拡大

- 国内主要都市において大規模な開発プロジェクト案件が見込まれます。
- 当社はすでに複数の案件にアプローチを進めています。

(参考) 主要な建設案件の想定 国内計

計画投資額（当社推定値） ※9兆7270億円

国内建設プロジェクト (百万円・件)

	分類	総事業費	建装	PM	商業
※	複合	6,161,900	38	24	30
	オフィス	1,773,700	8	3	2
	ホテル	658,000	15	2	6
※	IR	1,000,000	1	1	1
	その他	133,400	9	3	3
	計	9,727,000	71	33	42

こちらは大型案件がどのくらい市場にあるかというものです。今発表されている大型のプロジェクト投資の総額です。合計約9.7兆円ほどで、複合施設・オフィス・ホテルなどがこの程度あり、当社が事業別にアプローチしていこうと考えている件数が右側の数字です。

※3月6日実施の説明会本番使用時の資料から一部数値を修正しております。

IMPDを取巻く環境

(参考) 主要な建設案件の想定 地域別

※計画投資額は当社推定値

戦略地域 計画投資額 1兆9855億円

年度	プロジェクト	計画規模	建設	PM	備考
全年度	建設プロジェクト(全年度)	48,000㎡	○	○	
2023年度	建設プロジェクト(全年度)	17,600㎡	○	○	
2024年度	建設プロジェクト(全年度)	80,000㎡	○	○	
2025年度	建設プロジェクト(全年度)	45,360㎡	○	○	
2026年度	建設プロジェクト(全年度)	228,000㎡	○	○	
2027年度	建設プロジェクト(全年度)	20,300㎡	○	○	
2028年度	建設プロジェクト(全年度)	64,200㎡	○	○	
2029年度	建設プロジェクト(全年度)	67,000㎡	○	○	
2030年度	建設プロジェクト(全年度)	68,440㎡	○	○	
2031年度	建設プロジェクト(全年度)	1,550,000㎡	○	○	
2032年度	建設プロジェクト(全年度)	133,333㎡	○	○	
2033年度	建設プロジェクト(全年度)	46,241㎡	○	○	
2034年度	建設プロジェクト(全年度)	1,000,000㎡	○	○	
2035年度	建設プロジェクト(全年度)	556,450㎡	○	○	
2036年度	建設プロジェクト(全年度)	100,000㎡	○	○	
2037年度	建設プロジェクト(全年度)	4,016,972㎡	12	5	8

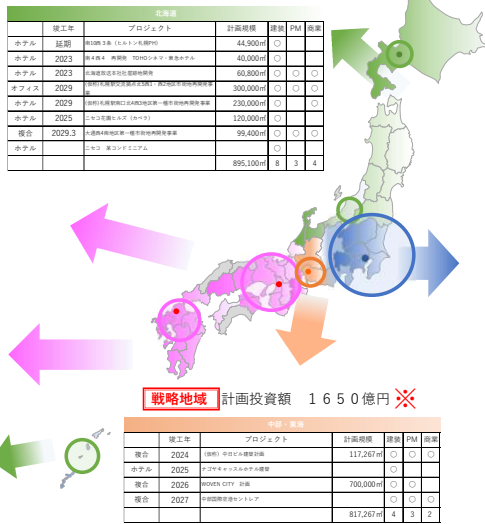
戦略地域 計画投資額 1196億円

年度	プロジェクト	計画規模	建設	PM	備考
全年度	建設プロジェクト(全年度)	36,300㎡	○	○	
2023年度	建設プロジェクト(全年度)	114,000㎡	○	○	
2024年度	建設プロジェクト(全年度)	20,725㎡	○	○	
2025年度	建設プロジェクト(全年度)	171,025㎡	4	2	2

計画投資額 1187億円

年度	プロジェクト	計画規模	建設	PM	備考
全年度	建設プロジェクト(全年度)	27,980㎡	○	○	
2023年度	建設プロジェクト(全年度)	143,912㎡	○	○	
2024年度	建設プロジェクト(全年度)	171,895㎡	3	0	1

計画投資額 4732億円



戦略地域 計画投資額 1650億円※

年度	プロジェクト	計画規模	建設	PM	備考
全年度	建設プロジェクト(全年度)	117,267㎡	○	○	
2023年度	建設プロジェクト(全年度)	700,000㎡	○	○	
2024年度	建設プロジェクト(全年度)	817,267㎡	4	2	2

計画投資額 6兆8650億円※

年度	プロジェクト	計画規模	建設	PM	備考
全年度	建設プロジェクト(全年度)	880,430㎡	○	○	
2023年度	建設プロジェクト(全年度)	11,800㎡	○	○	
2024年度	建設プロジェクト(全年度)	113,000㎡	○	○	
2025年度	建設プロジェクト(全年度)	86,000㎡	○	○	
2026年度	建設プロジェクト(全年度)	255,300㎡	○	○	
2027年度	建設プロジェクト(全年度)	254,000㎡	○	○	
2028年度	建設プロジェクト(全年度)	228,640㎡	○	○	
2029年度	建設プロジェクト(全年度)	183,000㎡	○	○	
2030年度	建設プロジェクト(全年度)	179,300㎡	○	○	
2031年度	建設プロジェクト(全年度)	851,000㎡	○	○	
2032年度	建設プロジェクト(全年度)	225,200㎡	○	○	
2033年度	建設プロジェクト(全年度)	32,515㎡	○	○	
2034年度	建設プロジェクト(全年度)	373,200㎡	○	○	
2035年度	建設プロジェクト(全年度)	99,700㎡	○	○	
2036年度	建設プロジェクト(全年度)	45,339㎡	○	○	
2037年度	建設プロジェクト(全年度)	82,660㎡	○	○	
2038年度	建設プロジェクト(全年度)	259,000㎡	○	○	
2039年度	建設プロジェクト(全年度)	120,700㎡	○	○	
2040年度	建設プロジェクト(全年度)	272,000㎡	○	○	
2041年度	建設プロジェクト(全年度)	880,000㎡	○	○	
2042年度	建設プロジェクト(全年度)	314,000㎡	○	○	
2043年度	建設プロジェクト(全年度)	97,100㎡	○	○	
2044年度	建設プロジェクト(全年度)	313,000㎡	○	○	
2045年度	建設プロジェクト(全年度)	46,565㎡	○	○	
2046年度	建設プロジェクト(全年度)	46,577㎡	○	○	
2047年度	建設プロジェクト(全年度)	112,000㎡	○	○	
2048年度	建設プロジェクト(全年度)	95,619㎡	○	○	
2049年度	建設プロジェクト(全年度)	211,000㎡	○	○	
2050年度	建設プロジェクト(全年度)	549,860㎡	○	○	
2051年度	建設プロジェクト(全年度)	51,400㎡	○	○	
2052年度	建設プロジェクト(全年度)	281,700㎡	○	○	
2053年度	建設プロジェクト(全年度)	97,010㎡	○	○	
2054年度	建設プロジェクト(全年度)	400,000㎡	○	○	
2055年度	建設プロジェクト(全年度)	140,000㎡	○	○	
2056年度	建設プロジェクト(全年度)	800,000㎡	○	○	
2057年度	建設プロジェクト(全年度)	9,461㎡	○	○	
2058年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2059年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2060年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2061年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2062年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2063年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2064年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2065年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2066年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2067年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2068年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2069年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2070年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2071年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2072年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2073年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2074年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2075年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2076年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2077年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2078年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2079年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2080年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2081年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2082年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2083年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2084年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2085年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2086年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2087年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2088年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2089年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2090年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2091年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2092年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2093年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2094年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2095年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2096年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2097年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2098年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2099年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	
2100年度	建設プロジェクト(全年度)		○	○	

各エリアにおいて、こういった建設投資のプロジェクトが発表されていて、そこに当社が付加価値を提供できるかどうかを整理しながら、アプローチを始めています。

※3月6日実施の説明会本番使用時の資料から一部数値を修正しております。

IMPDを取巻く環境

③ 高付加価値ニーズの高まり

- 新型コロナウイルス感染症拡大を経て、リアルな場に「付加価値」が求められるようになりました。
- そのため、内装建築においても、クライアントから従来以上に高い提案力・デザイン力が求められる傾向が強まっています。
- 付加価値提案型を得意とする当社への引合いも増えており、今後ビジネス機会の拡大が見込まれます。

(事例)

オフィスであれば単に仕事をする場ではなく、従業員同士のコミュニケーションや繋がりを促進したり、一人当たりの空間を広くしリラックスできるような環境づくりが求められるようになっていきます。



※当社施工事例

こちらは高付加価値のニーズの高まりについてです。下がオフィスの写真ですが、今までであれば同じ椅子が並んでいるような執務室でしたが、執務室の中にも休憩できるような場所があったり、会議の場所を、ほかとちょっと異なったスペースにしたりというニーズが高まっています。スチール什器が並んでいるようなところは当社ではないところで、付加価値を高めるような場所は当社でご用命いただいております。

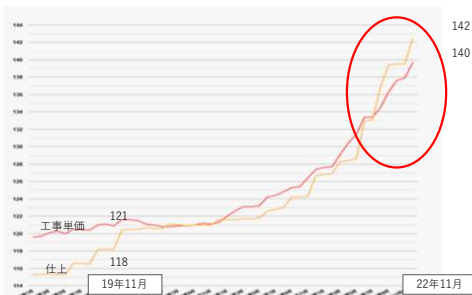
IMPDを取巻く環境

(2) 業界共通の課題

① 原価の高騰

- 原材料や物流費の高騰により原価が増加傾向です。そのため一時的な収益性の低下やクライアントの計画変更等の影響が生じています。
- 建設業界の「働き方改革関連法（時間外の上限規制・週休2日の確保等）」適用（24年4月から）により、業界全体で労務費の増加が見込まれます。

< 建築費指数推移 >

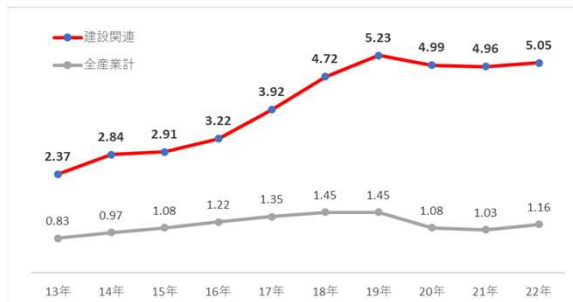


出所：一般財団法人建設物価調査会HP

② 人材不足

- 建設業界全体で人材が不足し、求人倍率は5倍強と全産業の中でも売り手市場の度合いが強いです。
- 当社は、積極的な採用活動・教育の拡充・人事制度改革等を通じ、人材の確保とスキル・モチベーション向上に取り組んでいます。

< 有効求人倍率推移 >



出所：政府統計「職業別労働関係指標」を元に当社作成

業界の課題をお伝えすると、原価の高騰がここ1～2年で非常に進んでいます。左は、内装の仕上げと工事の単価を記載していますが、22年11月には、19年11月と比較して、3～4割ほど上がってきているというのが現状で、今後も上がるかと捉えています。何よりも事業を拡大していくには、業界全体の人材不足が大きな課題としてあります。建設業全体が有効求人倍率5倍を超えるような状況で、その中において、この業界で働きたいと門をたたいてくださる方を増やし、育てながらやっていきたいと考えています。

IMPDを取巻く環境

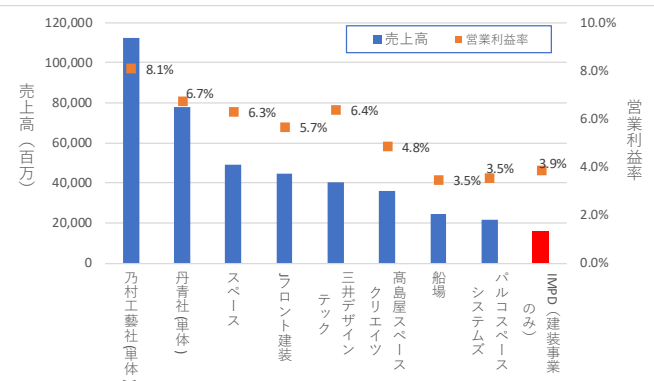
(3) 競合環境（売上・営業利益の対比） ※情報を開示している企業のみと比較

- ・ 建装業界において当社は売上規模（19年度）で9位です。

(単位百万円)

売上 順位	企業	決算年月	売上高	営業利益	営業利益率
1	乃村工藝社(単体)	202002	112,241	9,059	8.1%
2	丹青社(単体)	202001	77,921	5,243	6.7%
3	スペース	201912	49,292	3,103	6.3%
4	Jフロント建装	202002	44,819	2,536	5.7%
5	三井デザインテック	202003	40,247	2,564	6.4%
6	高島屋スペースクリエイツ	202002	36,247	1,755	4.8%
7	船場	201912	24,615	852	3.5%
8	バルコスペースシステムズ	202002	21,537	761	3.5%
9	IMPD (建装事業のみ)	202003	16,016	617	3.9%

※IMPDは建装事業（本社費配賦後）のみの数値。企業計の数値とは異なる。

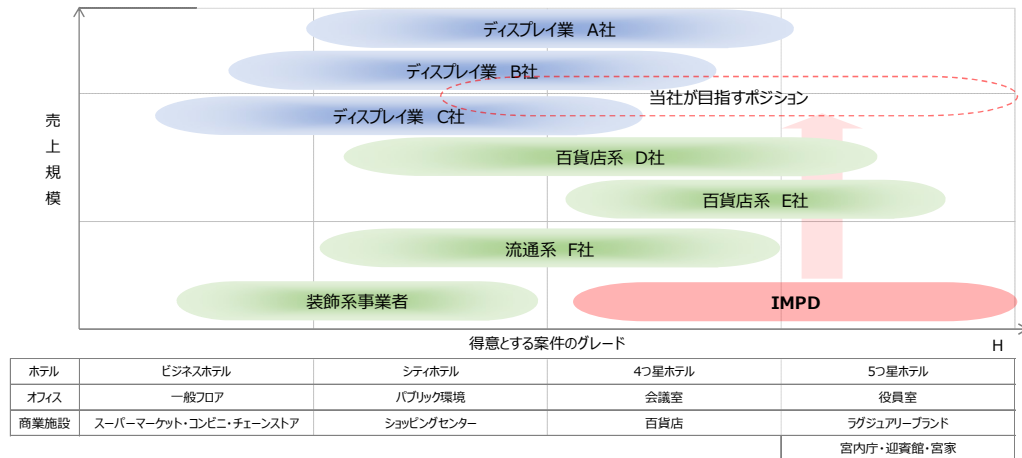


次は競合についてです。情報を開示している企業のみで、内装やディスプレイを主軸にしている企業の19年度実績でのグラフです。当社は9番目でした。売上高160億1,600万円、営業利益6億1,700万円、営業利益率3.9%でした。

IMPDを取巻く環境

(3) 競合環境（業界ポジションのイメージ）

- ・ 当社は業界内でもハイグレード案件を得意としています。
- ・ 当社が得意とする領域シェアを高めるとともに事業領域を広げ、将来的には業界上位水準の規模拡大を図ります。



何をもってグレードが高いと説明しているのかをご説明しますと、ホテル・オフィス・商業施設において、右に行くほどグレードが上がるという表で、当社は赤いゾーンにあるというものです。将来的には、グレードのポジションを落とさず、もっと事業を拡大し、とくにオフィスのパブリック環境などを手掛けていけるようになり、業界上位3番目にくらいにはなりたいと考えています。

当社の強み

提案力

- プランニング（PM機能）から製造（三越製作所）・施工まで一気通貫で担える高い提案力

クライアントニーズ

当社

プランニング

デザイン・
設計

製造・施工

製造・施工も含めて、業務プロセスを一気通貫で担える高い提案力

技術力

- 多くのハイグレード案件や特殊案件の実績によって培われた技術力・マネジメント力
- 直営家具工場である三越製作所を活用した高い技術力の提供



三越製作所



三越伊勢丹のグループ力

- 百貨店の顧客基盤（個人・法人）
- 百貨店のブランド力・信頼
- 高水準な技術が求められる百貨店リモデルを通じたノウハウ



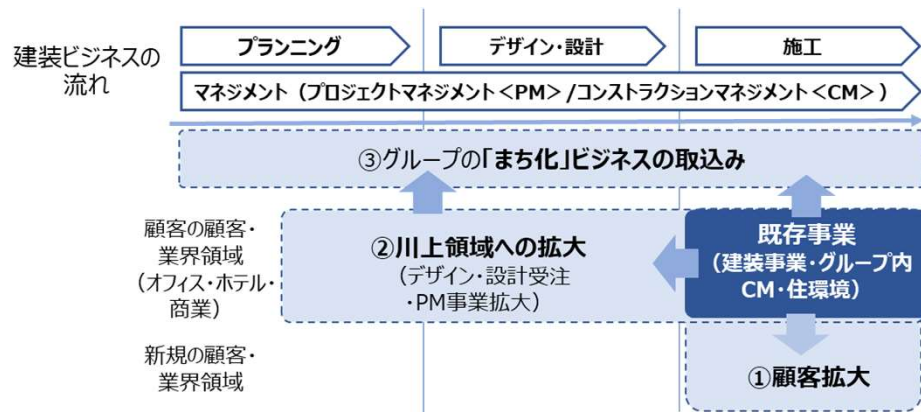
当社ならではの強みを活かし事業拡大とグループへの貢献度を高めます

当社の強みです。さきほどからお話させていただきました通り、技術力が強みです。施工のグレードを軸にやってきました。今後、三越伊勢丹のグループ力をさらに活かしながら、提案力を強化していこうという内容になります。やはり製造まで一貫してできることも強みですので、この提案力を上げ、下支えする技術力で売り上げをとっていきたいと考えています。

目指す方向性

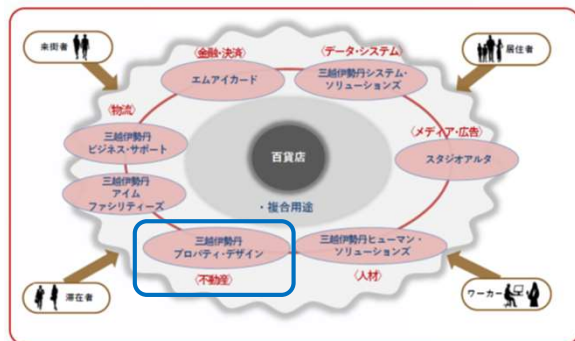
- ①既存事業の顧客拡大 既存顧客の深堀り・建装事業の新規領域顧客開拓・CM外部顧客拡大
- ②川上領域（デザイン・設計受注・PM事業）への拡大 プランニング・デザイン・設計分野の拡大
- ③まち化ビジネスの取込み まち化ビジネスのPM・建装案件の受注

※上記に加え、当社の強みを活かせる領域で「新規事業の創出（海外・小規模建築等）」に取り組めます



目指す方向性は3つあるのですが、高品質の施工を行うのが今の事業の核なので、顧客の拡大とともに提案力を磨き、川上の領域にも進出していきたいというのが今後の方向性です。川上から施工まで仕事ができるようになると、グループで掲げている「まち化」ビジネスに寄与していきたいと考えています。

まち化でのビジネスイメージ



1. 街区のプロジェクトマネジメント (PM)

- ・ 街区全体の魅力を高めるためのコンセプト立案・事業構想案の策定。
- ・ 外部のPM事業者との協働の可能性あり。

2. 館のプロジェクトマネジメント (PM) ・ コンストラクションマネジメント (CM)

- ・ 館全体や各用途（商業・ホテル・オフィス等）・フロアの各プロジェクトの企画から監理までをトータルにマネジメント。
- ・ 三越伊勢丹グループの直接投資部分にとどまらず、入居テナントのPM・CMを取込む。それにより、内装施工案件の受託につなげる。

調査・分析
マーケティング調査・分析

企画・基本構想
開発企画提案・事業計画・コンセプト立案・施設企画提案

CM
予算実績管理・工程管理・品質管理等

基本設計
建築・内装・家具・備品・照明等のデザイン・アートワーク

3. 館の内装施工

- ・ 川上工程のPM・CMから案件に関与することで、「まち化」の施工案件を最大限取込む。
- ・ PM・CMと同様、三越伊勢丹グループの直接投資部分にとどまらず入居テナントの施工案件を取込む。

実施設計
内装・家具等の実施設計・設計・実施設計図書作成

施工・製作
施工監理（品質・工程・安全）見積・予算管理・設計監理

納入・引渡
施工チェック・検査・関連サポート等

アフターケア
定期メンテナンス・補修工事・リニューアル計画

最後に「まち化」でのビジネスイメージです。

やはり街区全体がどういった環境であるべきかや、その中で館の特性がまちにしっかりと染み出していくというものにできるように、プロジェクトのマネジメントの面で関わっていきたくと考えています。当然、商業施設以外のホテルやオフィスなど複合のまちになった時に、外部の企業案件のマネジメントをしていくことで、ノウハウを蓄積し、内装の施工に至るまで、当社が担当していきたくと考えています。



以上が説明です。ご清聴ありがとうございました。